

2006年《经济基础知识》考试大纲(十九) PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/83/2021\\_2022\\_2006\\_E5\\_B9\\_B4\\_E3\\_80\\_8A\\_c49\\_83619.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/83/2021_2022_2006_E5_B9_B4_E3_80_8A_c49_83619.htm)

十九、市场营销管理的任务与步骤 考试目的 通过本章的考试，让考生理解需求管理是市场营销管理的实质，企业要依据市场需求的具体情况，制定不同的营销管理任务；了解企业进行市场营销管理的几个步骤。

考试内容（一）企业营销管理的任务 掌握市场营销管理的概念，了解企业营销管理的目的和实质，熟悉营销管理的八种不同类型及不同类型的营销管理任务，掌握在不同需求状况下的营销管理任务的区别和各自的特点。（二）市场营销管理的步骤 掌握战略业务单位的概念及其主要特征，了解营销决策者的职责，熟悉营销管理的四个步骤，了解营销计划的主要内容及实施计划的因素和实施控制的步骤。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

[www.100test.com](http://www.100test.com)